

学生の第一志望は、
「すごい会社」ではなく
「働く自分が見えた会社」。

盛大なインターンシップより、忘れられない一日。

宮川 卓也

ワンダーライズ株式会社 代表取締役

自社の知名度に自信が持てず、良い学生は大企業に流れると半ば諦めている会社は多いです。規模で負けている。予算も限られている。派手なインターンシップも用意できない。だから採用でも勝ち目はない。そう思い込んでいる経営者や人事に何度も出会ってきました。でも500社以上の採用を見てきて、私はまったく逆の確信を持っています。学生が第一志望を決める理由は、会社の大きさではありません。

学生が本当に見ているのは、その会社で働く自分の姿がはっきり浮かぶかどうかです。どれだけ立派な説明会でも、自分ごとにならないければ記憶には残りません。反対に、たった一日の職場体験でも心が動けば第一志望に変わります。

私が見てきた中で、学生の志望度を決めた瞬間はいつも些細な場面でした。社員が本音でしくじり話を語った時。質問に、その場で真剣に考えて答えてくれた時。若手が遠慮なく自分の意見をぶつけている光景を見た時。派手さはありません。お金もかかっていません。けれど学生はそこで、「この中に自分がいる」と感じるのです。

これは規模の大きい会社にも、そのまま当てはまります。
名前が知られているほど、応募は集まります。
けれど「知っている」と「働く自分が見える」は別物です。
名前だけで選ばれた会社は、もっと大きな名前が現れた瞬間に選ばれなくなります。
どんな会社にも、この落とし穴は同じようにあります。

第一志望は、規模ではなく “働く自分が見えたか”で決まる。

FROM THE FIELD

現場で、何度も確かめてきたこと

1

集客力は、志望度とあまり関係ない。

何人集めたかより、一人の学生の心に何が残ったかが志望度を決めます。
規模は追わなくていいのです。

2

見せるのではなく、輪の中に入れる。

綺麗に見せた会社より、輪の中に入れてくれた会社を学生は選びます。傍観させず一度でも当事者にする工夫が重要となります。

3

うまく話すより、正直に話す。

用意された言葉は見抜かれます。うまくいっていないことまで正直に話す会社に、学生は誠実さを感じます。

だからこそ、採用に自信のない会社こそ勝ち筋があります。

規模やブランドは、すぐには手に入りません。

けれど「働く自分が見える一日」は、今からでもつくれます。

そしてその一日は、大企業の看板よりも学生の心に長く残ります。

採用は持っているものの勝負ではありません。

どんな一日を用意できるかの勝負です。

その設計を見直すことが、欲しかった学生を振り向かせる最初の一步になります。

Wonderlize Insight | Vol.06

発行：ワンダーライズ株式会社（Wonderlize Inc.） / 著：宮川 卓也（代表取締役）

これまで500社以上の採用支援に関わり、組織改革のご提言も行っていました。

採用・組織づくりのご相談は、お気軽にお問い合わせください。

Web <https://wonderlize.com>

